

ВИСІКАН Ю.О., студент КНУ ім. М. Остроградського
НЕМИКІНА К.О., студент КНУ ім.М. Остроградського
ГЛАЗУНОВА О.О., к.е.н., ст. викл. каф. економіки КНУ ім.
М. Остроградського

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ МОЛОКОПЕРЕРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ: ФАКТОРИ ВПЛИВУ ТА СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ

Прогрес ринкових взаємовідносин пов'язаний з підвищенням вимог до продукції. Це насамперед визначається тим, що споживач є основною складовою конкуренції, яка стимулює виробників продукції в конкурентному середовищі. У сучасному світі функціонування будь-якої фірми, забезпечення стійкого становища на ринку товарів і послуг визначаються рівнем конкурентоспроможності продукції, яка є важливим фактором прибутковості підприємств.

На сьогоднішній день вітчизняні підприємства дотримуються постулату, що сутність конкурентної боротьби полягає не стільки в діях проти підприємств-суперників, скільки в завоюванні

конкретних споживачів. Конкуренція є економічним рушієм, дія якого для товаровиробників є зовнішньою примусовою силою до підвищення продуктивності праці на своїх підприємствах, збільшення масштабів виробництва, впровадження нових форм організації виробництва, форм і систем заробітної плати тощо [3]. Визначенням системи факторів, що визначає конкурентну позицію підприємства, їх оптимального та доцільного поєднання в умовах мінливої ринкової кон'юнктури займалися тисячі вчених-економістів. На сьогодні існують різні підходи до класифікації чинників формування конкурентоспроможності господарюючого суб'єкта, основні з них представлені у табл. 1.

Таблиця 1 - Підходи до визначення факторів конкурентоспроможності підприємства [2]

Вчений	Фактори конкурентоспроможності	Опис факторів
Субботін М.Н., Вельгош Н.Е., Реутов С.Е.	– технічні показники конкурентоспроможності	призначення, надійність, вживаність і т.д.
	– економічні показники конкурентоспроможності	сукупні витрати на придбання, експлуатацію, утилізацію
	– організаційно-комерційні показники конкурентоспроможності	маркетингова складова, система знижок, компетенція в переговорах і задоволення реклаमाцій
Гарбацевич С.А.	– зовнішні чинники конкурентоспроможності;	детермінанти, що включають кон'юнктуру зовнішнього середовища і рівень конкуренції на ринках, форми і методи державного регулювання економічних процесів, параметри співвідношення сукупного попиту і сукупної пропозиції, особливості формування цін на фактори виробництва
	– внутрішні чинники конкурентоспроможності	визначаються вимогами споживачів – ціна, якість, гарантійне та сервісне обслуговування
Трубілін А.	– фактори зовнішнього формування	тенденції розвитку економіки і ринку, НТП, зміни в структурі споживання, коливання кон'юнктури, імідж підприємства, склад конкурентів
	– показники якості товару	показники, визначенні стандартами, що діють, нормами, рекомендаціями; сюди ж відносяться гарантії безпеки та правила збереження продукції
	– економічні показники	показники, що формують собівартість і ціну товару

Однією з провідних українських галузей є молокопереробна, яка характеризується високою конкуренцією через велику кількість виробників. На сьогоднішній день в Україні конкурують 15 найбільших молокопереробних підприємств, які складають усього

45 % від загальної маси виробників, інші 55 % доповнюються продукцією місцевих виробників. Наслідком скорочення попиту на молочну продукцію відбулося посилення боротьби за споживача.

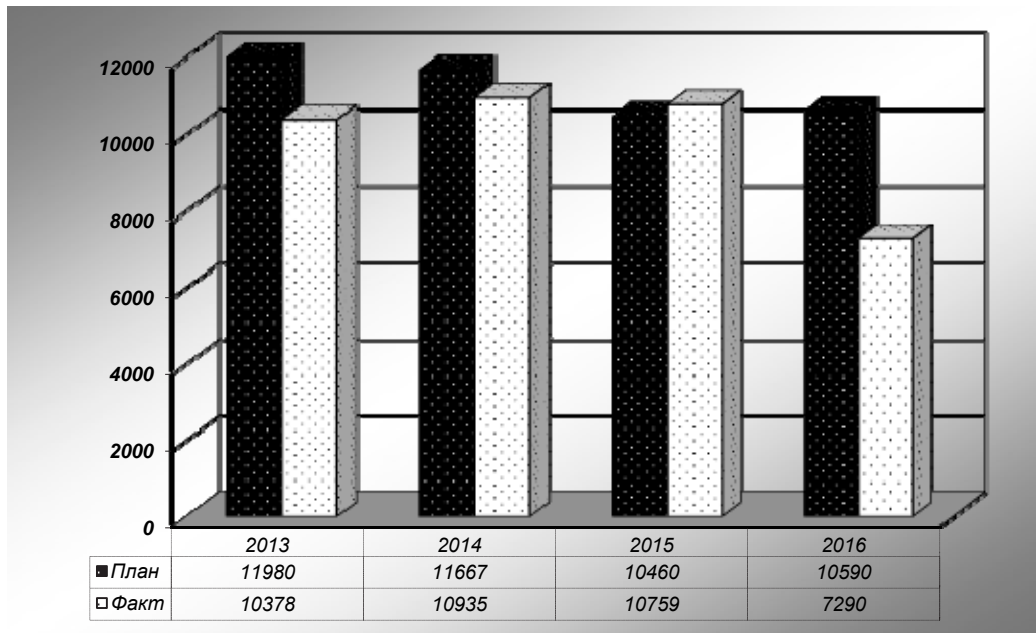


Рис. 1. Плановий та фактичний попит на молочну продукцію

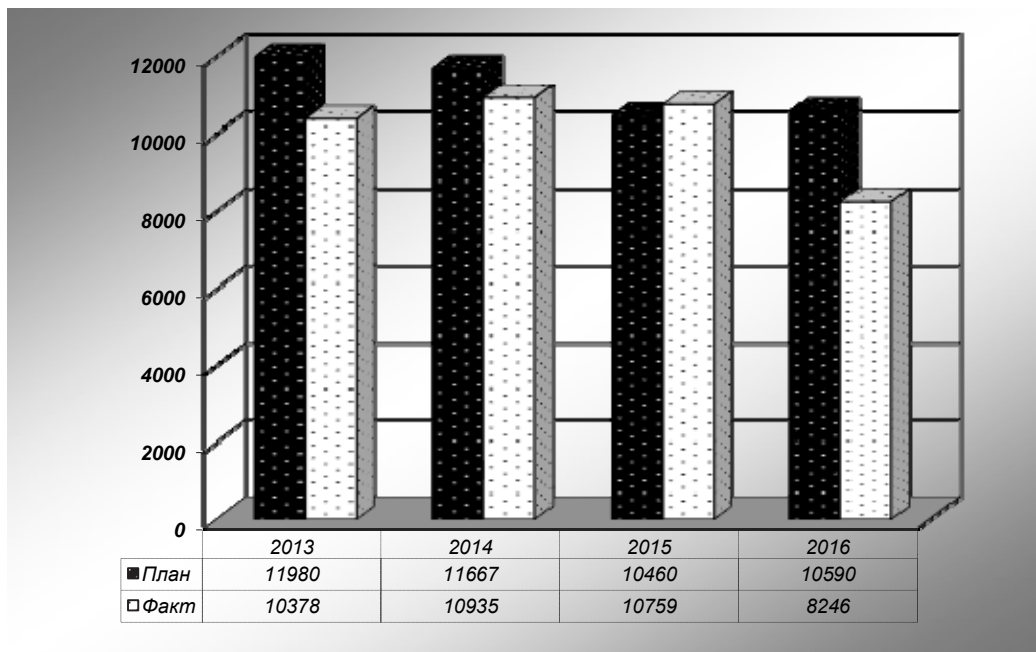


Рис. 2 Планова та фактична пропозиція молочної продукції

Попит та пропозиція молочної продукції представлені на рис.

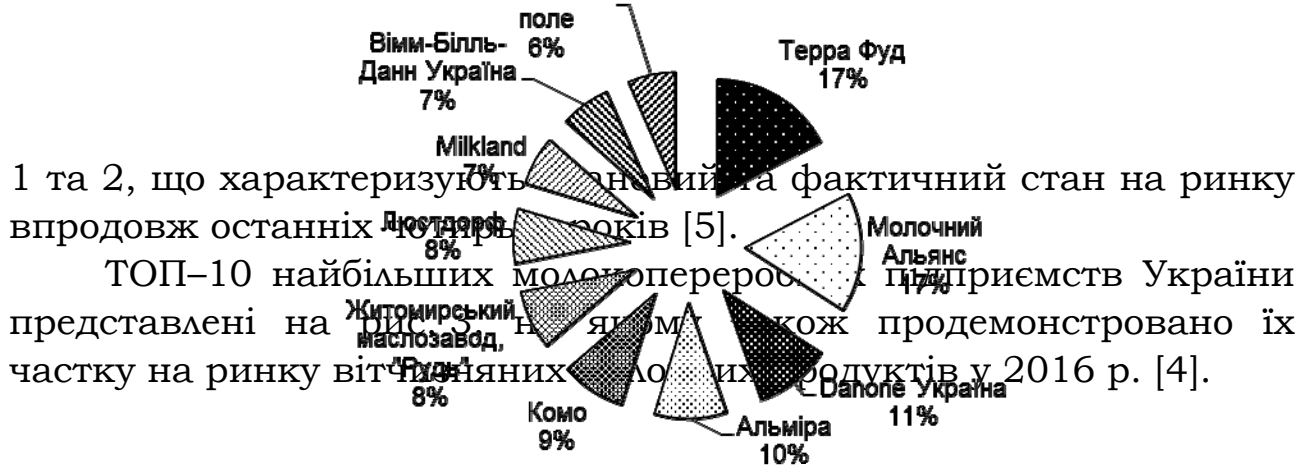


Рис. 3. ТОП-10 найбільших молокопереробних підприємств України у 2016 р.

Підвищення рівня конкурентоспроможності продукції вітчизняних молочних підприємств сприятиме посиленню їх позицій як на внутрішньому, так і на світовому ринках; розширенню можливостей для виходу на зарубіжні ринки; завоюванню лідерських позицій у своєму сегменті; підвищенню ефективності виробничо-збутової діяльності. Конкурентоспроможність молочної продукції визначається відповідністю низці характеристик, які приваблюють споживача та відповідають поточним вимогам ринкового середовища. Для підвищення конкурентоспроможності підприємства мають реалізовувати певні заходи загального та спеціального характеру (рис. 4) [1].



Рис. 4. Загальні та спеціальні заходи підвищення конкурентоспроможності молокопереробних підприємства [1]

Отже, на сучасному етапі розвитку економіки підвищення конкурентоспроможності молокопереробних підприємств можливе за умов впровадження інноваційних технологій виробництва, залучення інвестицій, реалізації цільових державних програм підтримки вітчизняних виробників молочної продукції, удосконалення управлінських заходів, підвищення рівня використання технічного, інформаційного та стратегічного потенціалу підприємства.

Список літератури: 1. Колесов О. С. Підвищення рівня конкурентоспроможності продукції як основна ціль виробничого менеджменту / О. С. Колесов, О. І. Гуцалюк // Збірник наукових праць ВНАУ. Серія : Економічні науки. – 2012. – № 4 (70). – Т. 2. – С. 111–115. 2. Літвінова В. О. Проблеми класифікації факторів конкурентоспроможності продукції / В. О. Літвінова // Науковий вісник Ужгородського університету. Серія : Економіка. – Ужгород : Видавництво УжНУ, 2011. – Спецвип. 33. – Ч. 2. – С. 165–171. 3. Маслак О. І. Маркетингове дослідження інноваційно-інвестиційної конкурентоспроможності промисловості / О. І. Маслак // Вестник Национального технического университета «ХПИ». – Харьков. – 2009. – № 35. – С. 59–68. 4. Национальный агропортал LATIFUNDIST [Електронний ресурс]. – Режим доступа : <http://latifundist.com/rating>. 5. MilkUA.Info [Електронний ресурс]. – Режим доступа : <http://milkua.info/uk/post/section/companies-news>.